

学校编码: 10384
学号: 17620111151258

分类号_____密级_____
UDC_____

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

企业家价值观对企业当责的作用机理
研究

——以楼外楼为例

Research on the Impact Mechanism of Entrepreneurs'
Values on Corporate Accountability
——Taking Lou Wailou as an Example

郭 奇

指导教师姓名: 宋培林 教 授
专 业 名 称: 企 业 管 理
论文提交日期: 2014 年 04 月
论文答辩时间: 2014 年 月
学位授予日期: 2014 年 月

答辩委员会主席: _____
评 阅 人: _____

2014 年 04 月

厦门大学博硕士论文摘要库

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（ ） 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

（ ） 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

摘要

当前，我们的生活似乎被各种频发的危机事件所缠绕。这些事件不但覆盖面广、涉及领域宽、影响范围大，而且在事件发生后要么被“当事人”所否认，要么以各种理由搪塞开脱，常常无法追寻到准确的“当事人”。但仔细分析来看，企业在这类事件中都扮演着十分重要的角色，是事件的始作俑者。在这样的背景下，全社会都在思考如何才能确保企业当责。

既有理论主要强调通过外部控制与监督来“强迫”企业当责，然而根据现实观察来看，强迫式当责正在失去效力。不少研究者已经意识到，实现企业当责的有效途径必须立足于企业内隐视角，企业存在着主动追求内在和更高层次的当责，其核心驱动力来自于企业家价值观。因此，本文将从企业家价值观这一视角切入，试图揭开企业家价值观对企业当责作用的内在机理。在广泛借鉴和总结既有相关研究的基础之上，本文对企业当责和企业家价值观概念进行了重新演绎，并界定了本研究的核心概念。采用单案例纵向研究法，结合一手访谈资料和二手文本资料，本文对楼外楼的企业家价值观对企业当责的作用机理进行了深入分析，最终提出了本研究的理论命题。

本研究的主要结论为：（1）企业当责主要包含自明性当责和交易性当责两种类型，在企业的发展过程中，两类企业当责相互作用，在企业不同发展阶段呈现为三种当责形态，分别为裂口型当责、融合型当责以及统摄型当责；（2）企业家价值观是企业当责的核心驱动因素，企业家“重义轻利”型的价值观确保了企业能够在长期发展中保持着当责，并且初代企业家的价值理念决定了企业当责的基础，不同企业家核心价值观的传承与一致性驱动企业当责的不断发展；（3）企业家价值观对企业当责的影响受到员工价值认同的调节，企业家价值观需要得到员工的广泛认可，才能形成较大的当责合力。

关键词：当责；企业当责；企业家价值观

Abstract

Nowadays, our lives seem to be haunted by various crises that occur frequently. These crises related to a wide range of fields have a huge impact and they could be quite difficult to track the real “actor”, because they would evade the obligation or defend themselves with excuses. However, when we take a deep look into these crises, some companies turn out to be the initiators which play an important role. In this context, the whole society is now considering about how to achieve corporate accountability.

Existing theories mainly emphasize “forcing” companies to be accountable by supervision and external control. However, such kind of compulsory accountability is losing effectiveness in real business world. Many researchers have realized that implicit perspective researches should be done in order to achieve corporate accountability and it should be possible for companies to pursue higher levels of accountability spontaneously. The key to achieve the goal lies in the entrepreneurs’ values. Therefore, this article will follow the clue and try to unfold the internal mechanism of how entrepreneurs’ values affect corporate accountability.

Drawing on the extensive references and existing researches, the paper conducts a re-interpretation of two main concepts: corporate accountability and entrepreneurs’ values. With the help of first-hand interviews and second-hand text data from a single case, the paper conducts a longitudinal research on the impact mechanism of entrepreneurs’ values on corporate accountability. Finally, some profound insights and theoretical propositions are proposed.

The main conclusions of this study are: (1) there are two main corporate accountabilities including self-evident accountability and transactional accountability. They interact with each other and emerge three different forms in the developmental stages of companies, namely, breach-type accountability, mixed-type accountability, and unified-type accountability; (2) entrepreneurs’ values are the key to drive corporate accountability, entrepreneur’s “value just above material gain” view ensures

the companies to be accountable, while primary entrepreneur's values and its inheritance determine the basic form and development of corporate accountability; (3) employees' values recognition mediates the impact of entrepreneurs' values on corporate accountability, and only entrepreneurs' values are widely accepted by their followers and employees, can it lead a huge power of accountability.

Keywords: Accountability; Corporate accountability; Entrepreneurs' values

目 录

1 绪论	1
1.1 研究背景与问题提出	1
1.2 研究目的及意义	3
1.2.1 研究目的	3
1.2.2 研究意义	4
1.3 研究思路及论文框架	6
2 研究综述	7
2.1 文献检索说明	7
2.1.1 相关性	7
2.1.2 经典性	8
2.1.3 前沿性	8
2.2 当责相关研究	9
2.2.1 作为机制的当责研究取向	9
2.2.2 作为美德的当责研究取向	11
2.2.3 当责概念解析	12
2.3 企业当责相关研究	13
2.3.1 企业当责研究现状	13
2.3.2 企业社会责任研究及其局限性	15
2.3.2 企业当责概念界定	19
2.3.3 企业当责层次划分	20
2.4 企业家价值观相关研究	22
2.4.1 企业家价值观概念	22
2.4.2 企业家价值观内容与维度	23
2.5 企业家价值观与企业当责	26
2.6 理论评述和研究切入点	27

3 研究方法：案例研究	29
3.1 案例研究法的相关研究.....	29
3.2 案例企业选择.....	30
3.3 数据收集.....	31
3.4 数据编码.....	33
3.4.1 对资料编码的说明	33
3.4.2 信度效度检验	34
4 案例分析与研究	37
4.1 案例企业背景.....	37
4.1.1 楼外楼企业简介	37
4.1.2 楼外楼企业家整体状况	39
4.1.3 楼外楼企业家群体与企业发展阶段的契合性	41
4.2 楼外楼企业家价值观的编码.....	42
4.2.1 洪氏三代时期的企业家价值观编码	43
4.2.2 徐氏风格时期的企业家价值观编码	45
4.2.3 沈氏继承时期的企业家价值观编码	47
4.3 楼外楼企业当责行为的编码.....	49
4.3.1 洪氏三代时期的企业当责行为编码	50
4.3.2 徐氏风格时期的企业当责行为编码	50
4.3.3 沈氏继承时期的企业当责行为编码	51
4.4 楼外楼企业家价值观变迁与传承对企业当责行为的影响	51
4.4.1 企业家个体价值观对企业当责行为的决定作用	51
4.4.2 不同企业家价值理念传承对企业当责行为的持续作用	52
4.5 不同发展阶段楼外楼当责形态.....	53
4.5.1 不同发展阶段的企业当责形态	53
4.5.2 不同发展阶段的企业当责形态变化原因	54
5 基本发现与讨论	58
5.1 基本发现.....	58

5.1.1 企业家的“义利”价值观决定了自明性当责必然统摄交易性当责	58
5.1.2 初代企业家的价值观以及传承决定了企业当责的基本形态	59
5.1.3 价值认同对企业家价值观与企业当责的关系起中介作用	59
5.2 研究讨论	61
5.2.1 企业资源对企业当责基础作用	61
5.2.2 企业当责过程中的印象管理成分	62
6 研究启示、不足与展望	63
6.1 研究启示	63
6.2 研究贡献、不足与展望	64
6.2.1 可能的贡献	64
6.2.2 研究不足与展望	64
参考文献	66
致谢	75

Contents

1 Introduction.....	1
1.1 Background and Questions	1
1.2 Purpose and Significance.....	3
1.2.1 Purpose	3
1.2.2 Significance	4
1.3 Thoughts and Framework.....	6
2 Literature Review	7
2.1 Literature Search Interpretation	7
2.1.1 Correlation.....	7
2.1.2 Classic.....	8
2.1.3 Advancement	8
2.2 Related Researches on Accountability	9
2.2.1 Accountability as mechanism.....	11
2.2.2 Accountability as virtue.....	11
2.2.3 Conceptual analysis of accountability	12
2.3 Related Researches on Corporate Accountability	13
2.3.1 Research status of corporate accountability	13
2.3.2 Researches and limitations of corporate social responsibility.....	15
2.3.2 Definition of corporate accountability.....	19
2.3.3 Dimensions of corporate accountability	20
2.4 Related Researches on Entrepreneurs' Values	22
2.4.1 Concepts of entrepreneurs' values.....	22
2.4.2 Contents and demensions of entrepreneurs' values	23
2.5 Entrepreneurs' Values and Corporate Accountability.....	26

2.6 Theoratic Review and Gap	27
3 Research Design	29
3.1 Case Study Review	29
3.2 Case Selection	30
3.3 Data Collection	31
3.4 Data Coding	33
3.4.1 Introduction to data coding.....	33
3.4.2 Research reliability and validity	34
4 Case Analysis and Study	37
4.1 Background of Case	37
4.1.1 Lou Wailou's profile	37
4.1.2 Lou Wailou's entrepreneurs	39
4.1.3 Fit of Lou Wailou's entrepreneurs and developmental stages	41
4.2 Date Coding on Entrepreneurs' Values	42
4.2.1 Date coding on entrepreneurs' values of "hong shi san dai"	43
4.2.2 Date coding on entrepreneurs' values of "xu shi feng ge"	45
4.2.3 Date coding on entrepreneurs' values of "shen shi ji cheng"	47
4.3 Date Coding on Corporate Accountability	49
4.3.1 Date coding on corporate accountability of "hong shi san dai"	49
4.3.2 Date coding on corporate accountability of "xu shi feng ge"	50
4.3.3 Date coding on corporate accountability of "shen shi ji cheng"	51
4.4 Impact of the Transition and inheritance of Entrepreneurs' Values on Coporate Accountability.....	51
4.4.1 Impact of individual entrepreneur's values on corporate accountability	51
4.4.2 Impact of values's inheritance on corporate accountability	52
4.5 Accountability Forms of Lou Wailou in Different Stages	53
4.5.1 Accountability forms in different stages	53
4.5.2 Reasons for the change of accountability forms in different stages	54
5 Basic Foundings and Discussions	58

5.1 Basic Foundings.....	58
5.1.1 Entrepreneur’s righteousness and benefit view determines self-evident accountability governing transactional accountability	58
5.1.2 Primary entrepreneur’s values and its inheritance determine the basic form of coporate accountability	59
5.1.3 Values recognition intermediates the relationship between entrepreneur’s values and coporate accountability	59
5.2 Disscussions.....	61
5.2.1 Corporate resources are basic to corporate accountability	61
5.2.2 Impression management in corporate accountability	62
6 Enlightments, Weaknesses and Prospects	63
6.1 Enlightenment.....	63
6.2 Contribution, Weaknesses and Prospects	64
6.2.1 The possible contribution	64
6.2.2 Weaknesses and prospects	64
Reference	66
Acknowledgements.....	75

图表目录

图 1.1 本研究框架与技术路线.....	6
图 2.1 企业社会责任相关研究的研究主题、取向、原则和视角归纳.....	19
图 5.1 企业家价值观、员工价值认同与企业当责关系.....	60
表 2.1 文献检索情况.....	9
表 2.2 企业当责维度及其特征.....	21
表 3.1 楼外楼案例访谈提纲.....	32
表 3.2 主要被访谈对象信息与特征.....	32
表 4.1 楼外楼不同发展时期与企业家群体契合性.....	41
表 4.2 洪氏三代的企业家行为与价值理念编码.....	43
表 4.3 洪氏三代的企业家行为与价值理念的统一性与吻合性比较.....	44
表 4.4 徐氏风格的企业家行为与价值理念编码.....	45
表 4.5 徐式风格的企业家行为与价值理念的统一性与吻合性比较.....	46
表 4.6 沈氏继承的企业家行为与价值理念编码.....	47
表 4.7 沈氏继承的企业家行为与价值理念的统一性与吻合性比较.....	48
表 4.8 洪氏三代时期的企业当责行为编码.....	50
表 4.9 徐氏风格时期的企业当责行为编码.....	50
表 4.10 沈氏继承时期的企业当责行为编码.....	51
表 4.11 楼外楼企业当责行为频数与频率统计.....	52
表 4.12 楼外楼价值认同度调查.....	55

1 绪论

1.1 研究背景与问题提出

近年来,当责的理论与实践意义日益突出,越来越多的学者将当责视为维系社会系统有效运转的必然选择 (Samuel & Novak, 2001)^[1]。从既有研究来看,当责主要局限于个体层面,并在人力资源管理领域形成了一股潮流 (Beu & Buckley, 2004; Ammeter 等, 2004; Hall 等, 2004)^{[2][3][4]}。然而迄今为止,围绕企业层面的当责研究非常有限,且多见于企业财务审计 (Banks, 2004)^[5]和组织治理 (Aguilera, 2005)^[6]方面。鉴于此,一些学者呼吁应强化当责的跨层级研究 (Frink 等, 2008)^[7],认为在更广泛的范围里展开聚焦于企业当责的研究将“极富价值”(华新海、茅宁, 2009)^[8]。

从组织研究的视角来看,企业社会责任是与企业当责联系最为紧密的议题,不少学者赞同企业当责的概念构建可以参照或沿用已有企业社会责任的研究模式。比如, Rupp 等 (2006)^[9]的研究认为,企业社会责任作为内化的行为标准为企业当责的结果衡量提供了参照标准; Valor (2005)^[10]虽然承认企业当责是继企业会责任、企业公民概念之后的重要革新,但也认为企业当责本质上应根植于企业社会责任。然而,回顾企业社会责任的演进脉络,一个明显的事实是自 Bowen (1953)^[11]开创了企业社会责任的概念之后,各派在企业社会责任的概念、内容、边界和本质认识上存有极为显著的差异,且愈演愈烈 (沈洪涛、沈艺峰, 2007)^[12]。

作为一个模糊的概念,企业社会责任跨度 30 余年,囊括了企业社会责任层次、企业社会回应、企业社会绩效、企业公民等 10 余种构念,并依然处于不断发展变化之中 (Bakker 等, 2005)^[13]。虽然它们大都围绕着企业履行哪些社会责任 (what)、企业应如何履行社会责任 (how) 以及企业为什么履行社会责任 (why) 这三个问题展开 (李伟阳、肖红军, 2008)^[14]。但是,基于这三个问题的研究只是向我们静态地、割裂地展示了企业当责的内容、手段和原因,难以藉此动态、深刻地窥探企业当责的内在机理。例如,虽然多数学者已经摒弃了 Friedman (1970)^[15]经济责任是唯一责任的观点,但 Brummer (1991)^[16]等人将

企业社会责任独立于经济、法律、道德责任之上，而美国经济委员会的同心圆模式（ECD，1971）^[17]、Carroll（1998）^[18]的“四面说”等却认为经济、法律、伦理和慈善责任皆为企业社会责任，这类争执凸显企业社会责任缺乏统一的衡量标准，由此路线演进，企业当责的内容与维度可能会变得“见仁见智”；此外，自Freeman（1984）^[19]提出企业利益相关者理论以来，不断涌现的相关研究虽有助于明确企业当责的对象和策略，但以企业为中心的、外部的、静态的个体视角下的利益关联分析，只能聚焦于具有合法性、权力性和紧急性（Mitchell 等，1997）^[20]或者恩情关系（Su 等，2007）^[21]的狭义群体，无法在更为广阔的视角下呈现企业当责的对象；最后，企业社会责任一贯倡导的经济理性隐喻企业承担社会责任是其获取经济利益的“委曲求全”行为，即使当前较为流行的企业公民协商治理模式（如 Matten & Crane，2005）^[22]也多暗示企业承担社会责任是对政府主导的社会压力剧情发展作出相应的反应，这有违当责作为“当仁不让、负责到底”的本意（张文隆，2008）^[23]。不难看出，如果完全照搬企业社会责任的现有研究路径，企业当责依然无法走出“在旁监督”或“阳奉阴违”的怪圈。

为此，Frink 等（2008）^[7]呼吁要对有关当责的研究线索进行重新整理，以确定当责的本质。从个体层面来看，当责存有两种不同的研究取向：作为“机制的当责”和“作为美德的当责”。虽然前者一度成为主流研究路径，但不少学者已经开始渐渐转向内隐视角来思考当责现象，强调当责的“美德成分”，并在此基础上衍生出内在当责、自我当责等概念，将价值观作为驱动当责的核心因素加以考虑（如 Brief 等，1991；Frink & Klimoski，2004）^{[24][25]}。而在企业层面，虽然鲜有文献直指企业当责，但有关企业社会责任的研究正在逐步向企业“内心”窥视。比如 Basu 和 Palazzo（2008）^[26]已经尝试将企业人格化，以探究企业对社会责任的“所思、所说、所为”，而 Aguilera 等（2007）^[27]发现企业在承担社会责任时会遵循三种不同的动机，分别是工具性动机（自我利益驱动）、关系性动机（关系维护导向）和道德动机（遵循道德标准），在三种动机的驱动之下，企业社会责任呈现出竞争式的权力获取、协作式的利益融合以及利他主义式的责任共担三种形态。同时，有关企业伦理气氛的研究也表明，企业盛行的组织价值观和准则对企业的环保态度和良好行为有正向影响（Ferrell 等，1997）^[28]、驱动企业履行伦理承诺（Bartels，1998）^[29]。

Degree papers are in the “[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)”. Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库